

Diskussionsspår 1 - Inspiration

Frågeställningar:

1. Hur kan vi ge verktyg för att komma igång/utveckla hållbarhetsarbete? Det behövs gemensamma tydliga riktlinjer att förhålla sig till.
2. Hur får vi alla att förstå att det är ett krav att jobba med hållbarhet? Krav att ledare jobbar med detta. Stort gap mellan det vi pratar om här och det som faktiskt sker i verksamheten.
3. Vad är hygienfaktorer? Vad är att vara modig? Vissa delar av branschen ligger i framkant, andra ligger långt bak.

Kraften i inspiration

De tre frågorna i ett ämne: Hur ökar vi engagemanget? Med styrning och strategi.

Små företag: begränsat med tid och resurser för att jobba med hållbarhet. Inspirera dessa att jobba med hållbarhet. Om man som är liten börjar jobba med det lilla man brinner för och kommunicerar det, blir det green washing då? Motsats: Mindre företag ser ofta framtiden, vill kunna ha kvar vår gård eller liknande. Det kanske inte stora företag gör på samma sätt?

Back casting.

Inspiration har vi fått nog. Behovet är större att hjälpa till att ta fram en målbild och ge dem verktygen att nå målbilden. Vi har redan fått nog med inspiration.

Hållbarhet ska inte behöva vara en separat strategi. Det ska vara att arbeta med sin affärsmodell på ett hållbart sätt.

Inre och yttre drivkrafter. De yttre drivkrafterna kan man vara med och påverka genom att efterfråga data, upphandling eller liknande. Ekonomiska drivkrafter finns starka redan.

Hitta sin identitet, sen jobba med backcasting och vad man vill göra. Vad är det för värde vi erbjuder? Vad är det för värde vi vill erbjuda? Få in innovationen i den tanken.

Vad driver hållbar innovation? Att möta gästen och platsen för vad den är just då. Affärsutveckling. Hur får vi gästen att njuta av en regnig dag? Innovation kring detta!

Innovationsbegreppet. Behövs det i den här diskussionen? Vissa tycker nej att det är förknippat med teknik, andra tycker att det är jätteviktigt, bland annat för att söka stöd.

Ex. Härjedalen. Vi måste tjäna pengar, korta säsonger osv. Samarbeta, hitta sätt att ge varandra. Innovativa samarbeten. Ex fyra restauranger var öppna och ingen hade besökare. Överens om att stänga tre av fyra per dag och roterade. Då blev det bättre för alla.

Centralt att vi över hela Sverige förstår värden i frågor om kultur och natur. Om vi skulle förstå det på riktigt hade det varit mycket enklare att jobba med innovation. Koppla det till vad som är autentiskt och unikt för varje plats.

Hur väcker vi inspiration?

Destinationerna och företagen måste förstå varför de jobbar med hållbarhet. Kan vara att på riktigt se en plats som helig som måste finnas kvar/se passionen. Alla som kommunicerar om en plats, kan vara länken till vad vi kommunicerar kring. Vi har ett sånt ansvar för att ta vara på våra platser. När varför är tydligt och satt - då kommer inspirationen.

Hitta den hållbara identiteten. Förstå på riktigt vem jag är i ett hållbart perspektiv. Då blir det mycket enklare att prata om hållbarhet.

Kan göra stor skillnad att få in hållbarhet i ägardirektiven. Då blir hållbarhet mer än en fråga som någon person brinner för som ska pleasas. Då blir det på riktigt en viktig del av verksamheten. Kan bli en konkurrensfördel.

Inspiration är inte bara vad vi gör utan också hur vi gör det. Ändra ett företag till ett social enterprise. Ett bra exempel på hur vi på riktigt ändrar en destination.

Vad behövs för att förankra hållbarhet?

1. Behöver vara en del av strategin och grunden.
2. Den andra delen är utbildning. Om du ger en organisation kunskap så sitter det i jämfört med om det sitter i en individ.

Dessa grundprinciper kommer man långt på. Och använda backcasting viktigt.

Hållbarhet är inget man jobbar med vid sidan av. Helt integrerat i stommen av företaget. Besöksnäringen som är en så konsumentnära näring. Konsumentbeteende och konsumentefterfrågan är en avgörande del. Regler och riktlinjer tar oss en viss bit men sen handlar det om vilka val vi får konsumenten att ta. Absolut att vi kan påverka. Vi måste nå ekonomisk lönsamhet. Hur piskar vi konsumenterna att ta de valen som krävs.

Vad är hållbar turism? Försöker få företagen att förstå det. Har krokad arm med alla som finns på platsen. Om man ska jobba med riktig hållbarhet och få företagen att faktiskt göra något. Då krävs den gemensamma riktningen, det gemensamma uppdraget att kommunerna hjälper till att styra. Du kommer inte få bygglov om du inte bygger hållbart osv. Vi måste kroka arm med alla avdelningar som jobbar med frågan. Det är viktigt att riktningen finns även om styrningen i kommunen förändras.

Styrdokument och ägardirektiv. Det måste finnas tydlighet. Uppdraget mot en hållbar framtid är detta.

Djurgården. Identitet. Just här idag är det vi som ska se till att vi kan ta emot gäster i ytterligare 400 år. Visioner. Hur ska det smaka? Hur ska det kännas? Hur ska det upplevas? Nu vet ni varför. Därför måste vi kika på siffrorna. Siffrorna i sig är inte inspirerande, men visionen vi kan nå med hjälp av siffrorna kan hjälpa oss dit. Hjälpa oss väcka engagemang.

Helsingborg - samlat hela besöksnäringen för att formulera en gemensam hållbarhetsstrategi. Har målbilder för alla områden inom hållbarhet. Både inom det offentliga och det privata.

Övriga spår:

Utmaningar

Svårt att nå folk. En djungel av vad företaget ska göra. Vissa är så rädda att göra fel så de inte kommunicerar över huvudet. Det finns behov av riktlinjer. Någon att hålla i handen för att förstå vad som kan kommuniceras.

Finns vilja att inspirera men är svårt att avgöra vart vi faktiskt är i förhållande till resten utan mätning.

Kommunikation

Ex inga bensin/diesel/hybridbilar i innerstan. Vilka bilder används vid kommunikation? Det är överkryssade dubbdäck, inte visionen om vilken stad vi vill ha. Viktigt hur vi ramar in frågor, hur vi väljer att kommunicera dem för att påverka inställningen mot dem.

Nudging. Kunderna. Hur ska jag kunna övertyga kunden att nå en förändring utan att utmana vinsten? Det handlar om att utbilda kunden! Få kunden att vilja efterfråga annat. Vad väljer gästerna? Vi måste nudga dem men vi måste också ibland fatta besluten åt dem.